Sprzedawca SPÓŁDZIELCZY

Rok II | Warszawa, luty 1938 r. | Nr 2

TREŚĆ

WYDAWNICTWO „SPOŁEM" ZWIĄZKU
SPÓŁDZIELNI SPOŻYWCÓW R.P. w WARSZAWIE

Ćwicz serce!

Chodź ze mną na pole walki najkrwawszej.

Nad nim nie ciągną się dymy ciężkie, ołowiane, ani nie rozbrzmiewają wystrzały, krew niw nie zbroczyła, a jednak—jednak ujrzysz tam więcej twarzy cierpieniem wykrzywionych, bez promyka nadziei w oku, niż na pobojowisku, gdzie sterczą strzaskane sztandary i leżą trupy ludzkie.

Wszędzie przed tobą rozwierają swoją paszczę bezbrzeżną przepaście, które ludzi dzielą na pokrzywdzonych i krzywdzicieli. Kain powstał na Abla, żona na męża, dzieci na rodziców. W zgiełku nieubłaganych zapasów biegną dni żywota ludzkiego, a każda odrobina naszego szczęścia i powodzenia jest również sowicie okupiona cierpieniami innych.

Gdy w zadumie głębokiej będziesz rozglądał się po tym najkrwawszym z pobojowisk, zbliży się ku tobie filozof a wtykając ci nóż do ręki rzeknie: Człowiek dla człowieka wilkiem jest. — Nadejdą inne mędrce i wskazując twarze bólem napiętnowane i nici stargane żywotów, dodadzą: Bellum omnium contra omnes (wojna wszystkich przeciw wszystkim). Prostaczkowie zaś będą kładli ci do głowy tę samą prawdę w jędrnej przypowieści: Owca je trawę, owcę wilk pożera, a człowiek zabija wilka...

Pomiędzy tych krzywdzicieli w dniu dzisiejszym a pokrzywdzonych w jutrzejszym prowadzą ścieżki życia twego. Będziesz to w jednym, to w drugim zastępie. Twemu uznaniu pozostawiam, jak będziesz postępował, gdy krzywda cię dosięże, ale nie chciałbym, ażeby o tobie mówiono: i on jest między krzywdzicielami. Ale jak przedzierać się przez gąszcze życia, ażeby postępkami swymi nie przysporzyć komuś bólu — najniewinniej? Zasadami oderwanymi, chociażby najwznioślejszymi, niewiele wskórasz, bo są jako pomniki, na których położono napis, ale nie ma klucza do jego odczytania. Nauka, ta wielka mistrzyni, którą zawsze będziesz poważał, nie odsłoni ci także bólów braci twoich i sióstr w ludzkości. Pozostaje ci jedynie serce, owo „głupie“ serce, które w obliczu cierpień cudzych mędrsze jest od foliałów i właściwszej udzieli rady, niż mąż uczony, całymi dniami przysiadujący fałdów nad nauką. Gdy ono będzie niechętne, niewiele wskórasz całym rozumem swoim, a kiedy zabierze głos, wierz wtedy temu prorokowi, który nigdy się nie pomyli.

L. Krzywicki

Sprzedawca
SPÓŁDZIELCZY

Rok II Warszawa, luty 1938 r. Nr 2

O sprawiedliwość społeczną

Głównym zadaniem spółdzielczości jest planowe wytwarzanie dóbr i ich podział na zasadach sprawiedliwości. Ustrój społeczno-gospodarczy oprzeć należy o interes spożywcy i do tego interesu dostosować produkcję i wszystko, co się z nią wiąże. Sprawiedliwa cena i sprawiedliwa zapłata za pracę są wskaźnikami przy kalkulacji w produkcji i sprzedaży. W gospodarce spółdzielczej bierze się pod uwagę przede wszystkim warunki, w jakich towar został wytworzony: jaka praca robotnika, jaka ma być słuszna nadwyżka dla tworzenia rezerw i funduszu społecznego. Wszelka nieuczciwość jest bezcelowa, ponieważ zadaniem spółdzielczości jest dostarczanie dobrych i tanich towarów. Ustalone ceny są jednakowe dla wszystkich kupujących.

Jakże inaczej dzieje się nieraz w handlu prywatnym. Oto autentyczne wypadki: W pewnym sklepie bławatnym jeden zapłacił 7 zł za metr materiału na ubranie, drugi za ten sam materiał w tym samym sklepie zapłacił 12 zł za metr. W sklepie gotowych ubrań jeden zapłacił za ubranie 65 zł drugi znał się na materiałach i umiał „targować się" — zapłacił w tym samym sklepie za takie samo ubranie tylko 25 zł. Oczywiście, że te „nadzwyczajne zyski" nie poszły na podwyższenie płacy tym, co pracowali nad wyrobieniem tego materiału czy uszycia ubrania — zabrał je do kieszeni pośrednik. A ileż podobnych faktów spotykamy w życiu codziennym, o których nie wiemy? Zresztą, przypuśćmy, że kupujemy w prywatnych sklepach towar bardzo tanio. Ale zadajmy sobie pytanie, dlaczego ten towar sprzedano tanio? Sprzedający zarobi zawsze mniej lub więcej, zależnie od koniunktury i świadomości kupującego. A ile zarabiają ci, co ten towar wytwarzają? Pośrednicy-sprzedawcy, paleni żądzą zysku i dziką wzajemną konkurencją, nie liczą się wcale z warunkami bytowania szerokich niezorganizowanych rzesz pracowników.

Życie wielu rzemieślników, chałupników, „pracownic igły" i zubożałych rolników urąga nieraz godności ludzkiej. Mieszkają w okropnych warunkach higienicznych, pracują cały dzień, nierzadko noc, a zarabiają — za wiele, żeby

---

Czy można mówić o porządku i ładzie społecznym, gdy miliony ludzi zdrowych i silnych napróżno miesiącami szukają pracy, aby się wyżywić?

Józef Beck

umrzeć, za mało, żeby żyć. W wielkich pracowniach gotowych ubrań, młode dziewczęta zarabiają około 1 zł dziennie, a hafciarki około 50 gr dziennie. Badacze współczesnych prądów gospodarczych nazwali tych ludzi pracy „białymi niewolnikami".

Pytamy, gdzie jest sprawiedliwość społeczna? Ludzie, którzy wstydzą się żebrać, nie oglądają się na żadne „pomoce opieki społecznej", ale pracą w pocie czoła zarabiają na utrzymanie własne i rodziny, są najbardziej upośledzeni i wyzykiwani. Etyka katolicka uczy, że sprawiedliwość, to nie kwestia dobrowolnej umowy, ale „oddaj każdemu to, co się mu należy". Sprawiedliwość jest składnikiem koniecznym powszechnego ładu i godności osobistej. Gdzie ludzie utracą wiarę w sprawiedliwość, tam powstaje nienawiść, doprowadzająca do katastrof społecznych.

Przeciw wyzyskowi i niesprawiedliwości musi reagować niezależna opinia społeczna.

Ks. A. Zalewski

Klient przygodny

Prawie wszystkie spółdzielnie spożywców w Polsce są spółdzielniami otwartymi. Znaczy to, że sprzedają bez żadnych ograniczeń zarówno członkom swoim, jak i osobom do spółdzielni nie należącym. Dla prawomocności takiej sprzedaży trzeba tylko małej statutowej formalności — odpowiedniej uchwały walnego zgromadzenia.

W zależności od środowiska, warunków miejscowych, no i wysiłków propagandowych spółdzielni stosunek zakupów członkowskich do ogólnego obrotu kształtuje się w spółdzielniach bardzo rozmaicie: czasem nawet wynosi powyżej 90%, przeważnie od 50% do 70%, niekiedy jednak spada poniżej 50%.

Dążeniem naszym (do czego Związek stale bardzo spółdzielnie zachęca) powinno być zwiększanie obrotów z członkami i opieranie na nich całej gospodarki spółdzielni.

Dlaczego to powinniśmy nie szczędzić zabiegów i wysiłków dla osiągnięcia tego celu? Czy to tylko względy podatkowe lub inne jakieś korzyści materialne za tym przemawiają? Nie.

Tego wymaga sens i cel organizacji spółdzielczej. Sklepy nasze stoją wprawdzie otworem dla wszystkich, lecz przeznaczone są dla członków.

Obsługując zrzeszonych w niej członków spółdzielnia spełnia swoje właściwe zadanie — organizowania spożywców: gdy pracuje wśród niezorganizowanych i obojętnych, celu tego nie spełnia i upodobnia się do kupca prywatnego.

Zresztą nawet kupcy, oczywiście ci solidni, twierdzą, że najlepszym klientem jest klient stały, stanowiący podstawę obrotów, — fundament, na którym interes handlowy spoczywa. Stali klienci to bezpłatni propagatorzy.

Ponadto są to odbiorcy, których potrzeby znamy i odpowiednio do nich możemy swój asortyment dopasować.

Kupno natomiast przygodnego klienta jest również przygodne: żąda on towaru, którego nie mógł dostać gdzie indziej. Idąc za głosem takich zapotrzebowań kupiec zaopatruje swój sklep wadliwie, wskutek czego zmniejsza stopniowo płynność swego remanentu, a ilość „ramszu" (towaru pozostającego w sklepie bez ruchu i wysortowującego się przez to) będzie mu się stale na półkach zwiększała. Klient przygodny jest kapryśny i obsłużenie jego jest przez to trudniejsze.

Spółdzielnia nie sprzedaje swym członkom towarów, tylko im je dostarcza; sprzedaje towary tylko obcym, na rynek, ale tego z reguły czynić nie powinna.

St. Thugutt

Tak sprawy się mają w handlu prywatnym.

O ileż większe znaczenie mają stali klienci-członkowie w sklepach spółdzielczych!

Ludzie obcy są przeważnie bardzo krytycznie do wszystkiego co spółdzielcze usposobieni. Artykuły z marką „Społem" nie znajdują u nich uznania, ulegają oni natomiast przemożnej reklamie lub bezmyślnemu uprzedzeniu i żądają dla siebie artykułów obcych marek. Dla spółdzielczości mają ironiczny uśmiech niedowierzania, a nawet pobłażliwego politowania.

Cała trudność w tym, że nie mamy możności ich przekonać, bo na zebraniach naszych nie bywają, pracy i dążności naszych nie znają, pozostają więc w naszej organizacji jak jakieś obce szkodliwe ciało.

A teraz zadajmy sobie pytanie? Co ściąga do naszych sklepów spółdzielczych klientelę przygodną? Na pewno jakaś korzyść, której sklep prywatny nie daje. Będzie to najczęściej wyższa jakość towarów, niższa cena, rzetelna waga, dobra obsługa itp. Bywa tak, że przygodny odbiorca kupuje w spółdzielni tylko pewne artykuły, mianowicie te, które według jego mniemania lepiej mu się opłaca nabywać, np. cukier, mydło „Społem", herbatę, kasze i in. Często taki odbiorca wyłapuje u nas poszczególne zwyżkujące na rynku towary, na które ceny nie zostały w spółdzielni podniesione. Są to więc, jak widzimy, ludzie pragnący osiągać korzyści ze spółdzielni nie ponosząc żadnych ze swej strony ofiar, tak zwani życiowi „spryciarze" usiłujący pożywić się cudzym kosztem.

Sklep z przewagą takiej klienteli zaczyna być pomału zaopatrywany nie według myśli o najlepszym zaspokojeniu potrzeb naszych członków, lecz według chimerycznych gustów i zachcianek klienta przygodnego. Obsługa z życzliwie spółdzielczej, opartej na wzajemnym zaufaniu, staje się powoli kupiecką. Personel, zwłaszcza mało pod względem spółdzielczym wyrobiony, stara się przygodnym klientom lepiej dogadzać, wyróżniając ich przy ekspedycji ,czasem dlatego, że dają więcej utargować — a czasem — że są bardziej wymagający — zaniedbując się przy tym w obsłudze członków, bo ci i tak nigdzie indziej po zakupy nie pójdą.

Atmosfera w takim sklepie robi się niemiła — członkowie instynktownie zaczynają wyczuwać swoje upośledzenie. I pomału dochodzi do tego, że goście rządzą domem (spółdzielnią) spychając domowników, tj. członków spółdzielni, na plan dalszy.

Tego musimy się wystrzegać. Dlatego jednajmy wszystkich naszych klientów na członków spółdzielni. Równe prawa i równe obowiązki, — oto nasza spółdzielcza zasada.

K. Ś.

Czym mogę służyć pani doktorowej?

(Z „Gennosseschaftliches Volksblatt)

Celem tego artykułu jest nie tyle chwalić naszą demokratyczną Szwajcarię, ile raczej wskazać na szerzącą się u nas tytułomanię, jako na rzecz godną pożałowania, a nawet napiętnowania.

Prawdopodobnie większość czytelników naszego pisma zaobserwowała, albo, co gorzej, doświadczyła na sobie, że klienci z tak zwanych „lepszych sfer" są w wielu sklepach prędzej i lepiej obsługiwani niż zwykli śmiertelnicy.... Tu przytoczę jeden typowy przykład:

Klient w sklepie stowarzyszenia powinien być załatwiony nie jakby w drodze łaski, ale z poczucia obowiązku i odpowiedzialności sklepowego, jako urzędnika demokratycznego samorządu.

S. Wojciechowski

W pewnym sklepie (być może nawet w sklepie spółdzielczym) oczekują na swoją kolej w ekspedycji różni klienci i klientki, — wszyscy ludzie prości z warstwy robotniczej i biedniejszej ludności miejskiej. Niektórzy z nich stoją już od dość dawna, bo akurat w tym czasie parę niewiast robi większe zakupy, jakby się chciały na cały kwartał zaprowiantować.

Wtem wchodzi do sklepu jakaś ładnie ubrana dama i przeciska się, nie zwracając wcale uwagi na dawniej oczekujących, do samej lady.

— Czym mogę służyć pani doktorowej? (może to być również pani dyrektorowa)—pyta z miłym uśmiechem i gotowością do usług sklepowa, nie zwracając zupełnie uwagi na oczekujących cierpliwie swojej kolejki szaraków. Za chwilę podchodzi i druga sklepowa, pytając pośpiesznie: „Czy pani doktorowa już otrzymuje?"

Pozostali klienci trochę mruczą po cichu, robią jednak dobrą minę przy złej grze, myśląc w końcu, że widocznie tak być musi.

Nie, tak być nie powinno. Jednakowe prawa dla wszystkich, — wysokich i niskich, to są demokratyczne podstawy i tak powinno być w demokratycznej republice, jeżeli nie chcemy wystawiać się na śmieszność.

Zarzut niedemokratycznego postępowania trafia w pierwszej linii nie w zadzierającą nosa panią doktorową czy dyrektorową, lecz w sprzedawczynię.

Dziwią się i pytają wolni Szwajcarzy: czy pieniądze robotnicy lub najemnicy są nie tak okrągłe, jak pieniądze pani doktorowej, która w dodatku często bywa pustą lalką, strojącą się w obce piórka, to znaczy w zdobyty przez męża tytuł akademicki.

Jakże śmieszne są te panie, gdy nieraz jakąś bagatelkę, każą sobie odwozić autem do pobliskiego mieszkania. I czemu przypisać to nadskakiwanie im przez sklepowych?

Wyróżnianie klientów z tak zwanych „lepszych sfer" wywołuje tylko złą krew u ludzi niżej społecznie stojących i zaostrza nienawiść klasową i tak już rozgoryczonych nędznym wynagrodzeniem robotników przeciwko tak zwanym „górnym 10 tysiącom".

Prawdziwie wykształceni i dobrze wychowani ludzie są zawsze skromni i chętnie czekają z innymi na swoją kolej. Oni nie traktują ludzi biedniejszych i prostych jak istoty niższego rzędu..

Myślę, że sprzedawcy spółdzielczy powinni posiadać większą znajomość ludzi, a w ogóle i nade wszystko stosować przy pracy w spółdzielniach zasadę demokratycznej równości.

Gdy na jednym odczycie pewien francuski kooperatysta dał rozsądną przestrogę, aby członkowie kooperatyw nie patrzyli za wysoko i aby, stąpając po drabinie postępu, nie podnosili jednej nogi wyżej, dopóki druga nie będzie stała mocno, prof. Gide pięknie mu odpowiedział, przytoczywszy historię o pewnym chłopcu okrętowym, który po raz pierwszy wchodził po drabince na wielki maszt; postępował mianowicie za radą wyżej przytoczoną, patrzył ku dołowi i nie posuwał się, dopóki się nie przekonał, że noga mocno jest oparta, lecz wskntek tego poczuł zawrót głowy i upadek byłby niechybny. Wtedy kapitan okrętu krzyknął mu przez tubę: „patrz w górę a nie spadniesz!". To samo trzeba powiedzieć kooperatystom: „patrzcie w górę a nie spadniecie!".

Dr. Edward Strasburger

Rodzaje wystaw sklepowych

Wystawy w sklepach spółdzielczych ze względu na ich charakter można dzielić na sześć zasadniczych rodzajów:

wystawa o jednym typie towarów,
„ z różnymi towarami,
„ sezonowa,
„ świąteczna,
„ poinwentarzowa,
„ na Dzień Spółdzielczości względnie na inne święta o charakterze społecznym lub narodowym.

WYSTAWA O JEDNYM TYPIE TOWARÓW

Ten typ wystawy obejmuje towar jednego rodzaju, np. pastę do obuwia, albo dżemy, mydełka toaletowe lub cukierki i czekoladę.

Całą płaszczyznę okna zastawiamy jednym tylko artykułem i umieszczamy wszystkie posiadane środki reklamowe, jak plakaciki, hasła itp. dotyczące tego artykułu.

Wystawa taka nadaje się do reklamowania towaru, który niedawno ukazał się w sprzedaży, a o którym kupujący jeszcze nie wiedzą. Powinna być urządzona estetycznie, a oryginalnością swoją wyodrębniać się spośród wszystkich innych okien spółdzielni a nawet sklepów prywatnych danej dzielnicy.

WYSTAWA Z RÓŻNYMI TOWARAMI

W większości sklepów spółdzielczych dobór artykułów i ich ułożenie na tego rodzaju wystawach pozostawia dużo do życzenia, bo na przykład spotyka się śledzie przy herbacie lub cukierki przy mydle.

Mieszane wystawy powinny zawierać grupy towarów pokrewnych, a więc: przy mydle może być wystawiony proszek do prania, farbka do bielizny, krochmal i inne środki chemiczne, używane przy praniu bielizny.

Artykuły kolonialne, jak herbata, kakao, kawa i różne korzenie, będą stanowiły osobną grupę. Ponieważ są to towary sypkie, dobrze jest umieszczać je w szklanych słoikach lub pudełkach oszklonych. Nie można wysypywać herbaty albo kawy na papierek lub spodeczek, bo po pierwsze wygląda to nieestetycznie, a po drugie kurzy się i wietrzeje, jednym słowem, towar taki jest z góry przeznaczony do wyrzucenia.

Na mieszanych wystawach dobrze jest umieszczać odpowiednie hasła, które trzeba wypisywać wyraźnymi literami (patrz rysunek w Nr 3 z r. ub. na stronie 8-ej).

WYSTAWA SEZONOWA

Wystawa sezonowa obejmuje te artykuły, które tylko w danym okresie mają zbyt, a więc np. w poście—grzyby, olej, oliwę, jaja, masło konserwy rybne, powidła itp.; w okresie przygotowywania konserw—ocet do marynat, liście laurowe, saletrę, wreszcie świeże grzyby, ogórki, pomidory, cebulę.

Przy tych wystawach również są pożądane odpowiednie hasła, względnie przypomnienia mniej więcej takiej treści: „Róbmy zapasy zimowe“ lub „Zima się zbliża — napełniajmy śpiżarnie“.

Stowarzyszenie spożywcze toruje sobie drogę w ustroju ekonomicznym z tychże samych przyczyn, dla jakich kolej żelazna pokonała konną pocztę i przewóz na wozach, a mechaniczny warsztat tkacki zastąpił warsztat ręczny.

H. Müller

WYSTAWA ŚWIĄTECZNA

Wystawa świąteczna ma zupełnie odrębny charakter zarówno pod względem doboru towarów, jak i formy, barwy — w ogóle całej konstrukcji.

Mamy tu możność użycia najrozmaitszych materiałów dekoracyjnych i stosowania różnych środków reklamowych.

Bogate i silne oświetlenie podnosi wartość wystawy świątecznej i nadaje jej charakter naprawdę uroczysty.

Wystawa taka powinna być pomyślana w ten sposób, aby czystością, kolorem i ugrupowaniem towarów przypominała przechodniom o zbliżających się świętach. Ale nie tylko to jest jej celem — powinna być jednocześnie informatorem. Należy więc przy wystawianych artykułach umieszczać spis wszystkich artykułów świątecznych, podając ich cenę i gatunek.

O wystawach tego rodzaju już mówiliśmy w ubiegłym roku, a w niedługim czasie pomówimy jeszcze o wystawie wielkanocnej.

WYSTAWA POINWENTARZOWA

W ostatnim numerze z ubiegłego roku mieliśmy możność zapoznania się z tego rodzaju oknem wystawowym.

Chcielibyśmy tylko podkreślić, że wystawa poinwentarzowa nie powinna być miejscem na towary, które wskutek długiego leżenia na półkach uległy nadpsuciu, lecz na towary zdrowe, które z tych czy innych względów nie były dotychczas sprzedane.

W handlu prywatnym spotyka się często wystawy poinwentarzowe urządzane co parę miesięcy. To dowodzi, że dany sklep ciągnie resztkami sił i chwyta się różnych sposobów, aby utrzymać się na powierzchni. Wystawiane są artykuły, przy których widnieją podwójne ceny: przedinwentarzowa i poinwentarzowa, przy czym pierwsza zazwyczaj bywa przekreślona czerwonym ołówkiem dla pokazania rzekomej obniżki ceny; w rzeczywistości obniżki żadnej nie ma, jest tylko nieuczciwa reklama i niesumienne psychologiczne podejście do kupującego.

Pamiętajmy więc, że wystawy poinwentarzowe dopuszczalne są najwyżej dwa razy do roku, a wystawione artykuły powinny zawierać właściwe ceny.

Spółdzielniom nie wolno okłamywać swoich członków.

WYSTAWA NA DZIEŃ SPÓŁDZIELCZOŚCI

Ten typ wystawy nie powinien zawierać żadnych towarów.

Poświęcamy ją wyłącznie na hasła, sentencje, plakaty, popiersia działaczy spółdzielczych, portrety i emblematy spółdzielcze.

Okna nie należy przeładowywać. Zostawić dużo tła, dać dużo przestrzeni i paroma eksponatami zaakcentować charakter całej wystawy.

Nie trzeba też do okien używać dywaników i kilimów, bowiem ten materiał zupełnie nie podnosi wartości dekoracyjnej okna, przeciwnie—szpeci je.

Poza obowiązującym kolorem tęczowym na tło najodpowiedniejsze są kolory: niebieski, zielony, złoty, różowy.

Dla urozmaicenia całej dekoracji pożądane są kwiaty cięte w ładnych wazonach lub doniczkowe.

Doniczek nie owijać bibułkami. Bibułka przy podlewaniu kwiatów moknie, żółknie i nieładnie wygląda.

W odpowiednim czasie podamy parę wzorów wystaw na Dzień Spółdzielczości oraz szczegółowe opisy konstrukcji i materiałów dekoracyjnych.

J. H.

Do tego, iżby kooperatystą być, nie wystarczy umieć sprzedawać pieprz — trzeba posiadać ideał.

de Baeker



Taka sytuacja

Bardzo nieprzyjemna dla kolegów, nieprawdaż? Klientka pyta o jakiś towar. Przypominamy sobie, że już parę dni temu mieliśmy ten towar wpisać do najbliższego zamówienia i teraz oto członkini żąda tego towaru, a jego w sklepie nie ma. Co pomoże, jeśli kolega nawet w duchu sam sobie porządnie nawymyśla?

Stało się i teraz nie pozostanie nic innego, jak prosić klientkę, aby przyszła jutro lub przysłała kogoś po ten towar (o ile tylko da się go tak prędko sprowadzić).

O wiele ważniejszym jest w tym wypadku i w innych takich okolicznościach pomyśleć sobie, co należy robić, ażeby w przyszłości nic podobnego nie mogło się przytrafić.

Jak temu zapobiec?

Każdy doświadczony kolega wie, że dobrze prowadzony notatnik do zamówień, umieszczony w najporęczniejszym miejscu sklepu jest ważnym środkiem zapobiegającym takim niemiłym sytuacjom.

Róbmy zatem zamówienia na brakujące towary ciągle, notując natychmiast wszystko, co powinno być do sklepu sprowadzone.

Nie obarczajmy naszej pamięci trudem pamiętania o różnych drobiazgach. Od tego jest papier i ołówek. A przytem na pamięci ludzkiej nie zawsze można polegać, zwłaszcza przy gorączkowej pracy w sklepie.

Dobrym ekspedientem może być tylko człowiek ruchliwy, obrotny, przytomnego umysłu, ażeby śpieszna obsługa nie była połączona z pomyłkami i niedokładnościami.

S. Wojciechowski

Ku wygodzie kupujących

Do naszych sklepów często przychodzą kupujący po miód, powidła, śmietanę — bez naczyń. Pakowanie tych towarów w papier jest kłopotliwe, nieekonomiczne, a często nawet niemożliwe. Papierowe naczynia nie wszędzie są w użyciu. Czy więc nie należało by trzymać w sklepach tanich szklanych, glinianych ałbo fajansowych naczyń?

Wielu kupujących na pewno wraz z takimi towarami, jak miód, śmietana itp., kupowało by i naczynia.

Można by zresztą zorganizować przyjmowanie tych naczyń z powrotem.

Praca planowa

Pracować można dwojako: z dnia na dzień, bez wysiłku myśli — i z jasno zarysowanym celem.

Tylko ten ostatni rodzaj pracy jest owocny i dlatego przynosi prócz dobrych wyników jeszcze i zadowolenie wewnętrzne.

Jasny plan pracy umożliwia nam lepszą samokrytykę, a bez niej nikt nie może się doskonalić.

Oto otrzymaliśmy od jednego z czytelników taką relację:

„W sklepie moim słabo szła kawa zbożowa mieszanka „Społem". Orientując się w spożyciu moich klientów w zakresie tego samego artykułu pochodzącego z innych firm, postawiłem sobie za cel sprzedanie 30 kg tego artykułu „Społem" w ciągu miesiąca.

Zacząłem od tego, że sam dla siebie wziąłem do domu tej kawy. Wypróbowałem ją na różne sposoby i doszedłem, że przez dodanie do jednorazowej porcji paru ziarnek zmielonej kawy naturalnej znacznie się jej smak podnosi. Nie, pomyślałem sobie, tylko przyzwyczajenie i uprzedzenie powstrzymuje obrót tym artykułem w moim sklepie. Muszę zacząć ten towar energicznie wprowadzać, by osiągnąć wyznaczoną samemu sobie normę.

Na początek sprowadziłem 10 klg. świeżej mieszanki „Społem" i doradzając wypróbowany przeze mnie sposób użycia sprzedałem 10 kg. w ciągu tygodnia. Nie upłynął miesiąc, gdy już wyznaczoną sobie normę przekroczyłem.

Ten przykład wskazuje, że z mocno postawionym sobie celem pracy można wiele osiągnąć.

Odpisy

Nie mamy ścisłych danych co do wielkości strat ponoszonych przez ruch spółdzielczy na skutek odpisów za towary zepsute i z powodu konieczności obniżania cen na towarach wysortowanych, zestarzałych, które musimy sprzedawać po zniżonych cenach. W każdym razie straty te są bardzo znaczne.

Jeżeli do strat z przyczyn wymienionych dodamy jeszcze straty z racji koniunkturalnych zniżek cen, to w ogólnej sumie otrzymamy około 1% od obrotu. Przy naszej niskiej kalkulacji na towarach jest to bardzo duży procent strat i dlatego musimy zastanowić się nad tym.

Dotychczas nie prowadzono nad sprawą odpisów gruntownych i systematycznych badań. Wiemy, jak je rachunkowo przeprowadzać, lecz nad istotą zagadnienia, nad możliwościami ograni-

---

Czynność doradcza ze strony subiekta jest szczególniej ważna tam, gdzie ludność przy załatwianiu swoich zakupów przyzwyczaiła się patrzeć tylko na ilość, nie na jakość produktów, i wskutek tego stała się śmietnikiem, do którego spycha się wszystko to, na co nie można znaleźć nabywców gdzie indziej wśród bardziej oświeconej ludności.

S. Wojciechowski

czenia strat z tego tytułu mówi się u nas mało.

Słyszymy nieraz zdania, że tych rzeczy nie da się w warunkach detalicznego handlu spożywczego ani uniknąć ani przewidzieć. Jednakże wiemy wszyscy, że straty te to częstokroć rezultat niedbalstwa lub niefachowości pracownika.

Sklepy spółdzielcze nazywają spiżarniami społecznymi i to jest słuszne; w takim razie pracownicy są szafarzami tych spiżarń. Dobra gospodyni stara się tak rządzić zapasami w spiżarni, aby się tam nic nie zmarnowało, a chętnie i z pożytkiem dla zdrowia było przez domowników spożyte. Powinno to być i również naszą ambicją.

A tymczasem ileż strat pociąga za sobą nieumiejętne ekspediowanie np. wędlin i sera. Ileż robi się okrawków, które się później marnują, bo klientela niechętnie przyjmuje takie nieapetyczne dokładki do wagi.

Przy większej skrupulatności i w miarę postępu techniki sprzedażnej (rozpowszechnienia się maszyn do krajania) straty te da się ograniczyć do minimum, To samo można powiedzieć o rozbitych jajach, pokruszonych herbatnikach, zlepionych cukierkach, stłuczonych butelkach.

Gdy otrzymujemy towar dobrze opakowany, np. jaja w skrzynkach z tekturowymi przegródkami, tłuczków prawie nie ma. Przy takim samym sposobie pakowania nie tłuką się również i butelki. Dobrze opakowany towar przychodzi bez uszkodzeń i już tylko przez własną nieostrożność możemy je spowodować.

Niegospodarność i niedbalstwo powodują najwięcej strat. Dotyczyć to może nie samych tylko sprzedawców — wina tu może być i po stronie kierowników i gospodarzy, przyjmujących od dostawców kiepskie produkty, które później nie znajdują chętnych nabywców i psują się w sklepie, zwiększając tym samym rubrykę odpisów.

Czasem może być również winien magazynier, jeśli źle konserwuje i niedbale ekspediuje towary do sklepów.

Skrupulatność i oszczędność w zarządzaniu majątkiem społecznym cechować powinna oddanych ruchowi pracowników spółdzielczych.

PRODUKCJA SPÓŁDZIELCZA

Marmolada i powidła

Marmolada jest to wygotowane owocowe purée z dużą ilością cukru. Powinna być wyrabiana z owoców świeżych i zdrowych oraz z tych, których nazwę nosi.

Podstawowymi owocami do wyrobu marmolady są jabłka, ponieważ zawierają najbardziej harmonijną ilość słodyczy i kwasku, dobry aromat oraz większą niż inne owoce zdolność galarecenia. Oprócz jabłek jako podstawowy surowiec do wyrobu marmolady służyć mogą śliwki, maliny, morele, a poza tym: porzeczki, poziomki, truskawki, wiśnie itp.

Marmolada może być półgęsta — do rozsmarowywania na chleb i gęsta — do krajanią na plastry i kawałki.

Dobra marmolada posiada żywe zabarwienie, właściwe owocom, z których została sporządzona, dobry smak aromat, pewną przejrzystość i je-

Muszą powstać istotne ośrodki dyspozycyjne tutaj, w kraju, a nie jak to ma miejsce obecnie, poza granicami Rzeczypospolitej, i muszą one być kierowane wolą gromady polskiej, a nie międzynarodowych sił kapitalistycznych, dla których pieniądz jest wszystkim.

J. Jasiński

dnolicie gęstą konsystencję oraz dostateczną trwałość przy przechowywaniu.

Ilość cukru łącznie z cukrem zawartym w owocach powinna wynosić 50⁰/₀ — 70⁰/₀. Marmolada o zawartości cukru mniej niż 50⁰/₀ jest niedostatecznie trwała, natomiast większy dodatek cukru niż 70⁰/₀ zabija naturalny smak owoców.

Dla potanienia marmolady używane bywają wytłoczyny owocowe, które otrzymuje się przy wyrobie win i soków, produkty zastępcze, jak buraki marchew itp., melasa, sztuczne barwniki, sztuczne pachnidła, sacharyna, różne środki konserwujące, a ponieważ wykrycie tych zafałszowań jest dość trudne, dla naszych konsumentów nie może być obojętne, z jakiej wytwórni zakupywany produkt pochodzi.

Powidła wyglądem swym i konsystencją przypominają marmoladę. Główna różnica polega na tym, że powidła są skoncentrowaną masą owocową bez dodatku cukru lub z niezbyt wielką jego domieszką.

Powidła są mniej słodkie i ciemniejsze niż marmolada, a poza tym są wyrabiane przeważnie ze śliwek.

Ojczyzną powideł jest Jugosławia. Najsmaczniejsze powidła otrzymuje się ze śliwek tzw. węgierek.

Dobre powidła powinny być należycie oczyszczone z pestek, ogonków, i innych niejadalnych części i powinny zawierać około 30⁰/₀ — 40⁰/₀ cukru owocowego i około 30⁰/₀ — 44⁰/₀ wody.

Im powidła są rzadsze, tym powinny być słodsze.

Jest to niezbędny warunek dla osiągnięcia dostatecznej trwałości.

Przy masowej produkcji przyrządzanie marmolady odbywa się następująco:

Po starannym przedwstępnym wymyciu owoców, dla usunięcia brudu i piasku, oczyszcza się je za pomocą specjalnych maszyn z szypułek, łupin i ziarnek, a następnie rozgotowuje i na odpowiednich przecieraczkach przeciera.

Otrzymany kaszkowaty miąższ, odpowiednio spreparowany aby nie ulegał fermentacji, idzie do magazynów-basenów, względnie kadzi i stamtąd w miarę potrzeby jest wybierany do dalszego gotowania.

Gotowanie miąższu — to przetwarzanie go na masę jednolitą i przejrzystą. Odbywa się ono w specjalnych kotłach ogrzewanych parą lub w kotłach próżniowych. Te ostatnie są bardziej racjonalne, gdyż marmolada o wiele lepiej zachowuje swój kolor i aromat.

Przy zbyt długim gotowaniu psuje się kolor marmolady, ginie naturalny smak owoców, przezroczystość i galaretowatość. To też czynność ta jest bardzo ważna i odpowiedzialna.

Marmolada znajduje się w handlu w puszkach blaszanych, w skrzynkach wyłożonych papierem pergaminowym oraz w faskach i beczkach.

Pomieszczenia, w których przechowuje się marmoladę, powinny być czyste, suche i chłodne. Nie powinno w nich być produktów wydzielających zapach.

Dostateczna ilość cukru w marmoladzie chroni ją od fermentacji i skwaśnienia.

Przy wysychaniu marmolady na powierzchni może się wykrystalizować cukier, co nie psuje produktu.

Pleśnienie następuje zwykle w marmoladzie zawieracej za mało cukru. Jeżeli pleśń jest powierzchowna i nie popsuła smaku oraz zapachu marmolady,

---

W ustroju kapitalistycznym produkcją i rozdziałem bogactw kierował interes osobisty producenta, dążenie do możliwie wysokiego zysku. Dewizą producenta było: tanio kupić, aby drogo sprzedać. W ustroju spółdzielczym występuje nowy motyw, a mianowicie dążenie do możliwie najlepszego zaspokojenia potrzeb konsumenta.

Dr. Edward Strasburger

może być usunięta, a produkt może być dalej sprzedawany. Marmolada pleśniejąca łatwo ulega fermentacji kwasowej. Marmolada spleśniała w głębi i sfermentowana nie nadaje się do konsumcji, a więc i sprzedaży.

Termin przechowywania marmolady zależy od temperatury pomieszczenia i zawartości cukru w produkcie. Dobra marmolada może być przechowywana do roku. Stan marmolady magazynowanej należy często sprawdzać.

W stosunku do krajów zachodnich spożycie przetworów owocowych w ogóle, a marmolad i powideł w szczególności, jest u nas minimalne, aczkolwiek obiektywne warunki wskazują, że pod tym względem powinniśmy zajmować znacznie lepsze miejsce.

Nie brak nam przecież pierwszorzędnych owoców i jagód, nie brak nam potrzebnego do tej przeróbki cukru, a poza tym wiemy doskonale, że przetwory owocowe należą do najzdrowszych i najpożyteczniejszych pokarmów.

Zastanawiając się nad przyczynami takiego stanu rzeczy dochodzimy do wniosku, że na przeszkodzie do należytego rozpowszechnienia tych artykułów leżą:

1) dość wysokie ceny na powidła i marmoladę, powodujące, że jednak używanie tłuszczów zamiast tych przetworów lepiej się opłaca;
2) pokutująca w naszym społeczeństwie pamięć, że w okresie wojennym marmolady wyrabiano z buraków, marchwi itp. produktów zastępczych, a więc pogląd — że marmolada jest w ogóle artykułem poślednim, małowartościowym;
3) brak poważnych zakładów przetwórczych, któreby wypuszczały na rynek towar bezwzględnie wysokiej klasy po przystępnych cenach.

Uregulowaniem sprawy przetwórstwa owocowego zajął się Związek „Społem" i postawił sobie za zadanie jak najprędzej usunąć przyczyny ujemnie wpływające na rozwój spożycia tych artykułów.

W tym celu już w roku ubiegłym znacznie rozszerzono dział przetwórstwa owocowego w Zakładach Wytwórczych we Włocławku i dla podniesienia konsumcji tych artykułów w naszym kraju znacznie obniżono cenę przy pierwszorzędnej jakości towaru.

Wychodząc z założenia, że wybitne podniesienie konsumcji da nam możność szybkiej realizacji planów zakrojonych na szeroką skalę, w ubiegłym sezonie rzucone zostało spółdzielniom hasło:

„Sprzedawać jak najwięcej, kalkulować jak najtaniej".

Pierwsze lata intensywniejszej, racjonalnej pracy dały wyśmienite rezultaty. — Marmolada, powidła i dżemy „Społem" mają już ustaloną wysoką markę i cieszą się bardzo dużą pokupnością.

Przechodzimy do dalszej realizacji planów. — Przystąpiliśmy do budowy specjalnej nowoczesnej Wytwórni Przetworów Owocowych w Centralnym Okręgu Przemysłowym — w Dwikozach pod Sandomierzem.

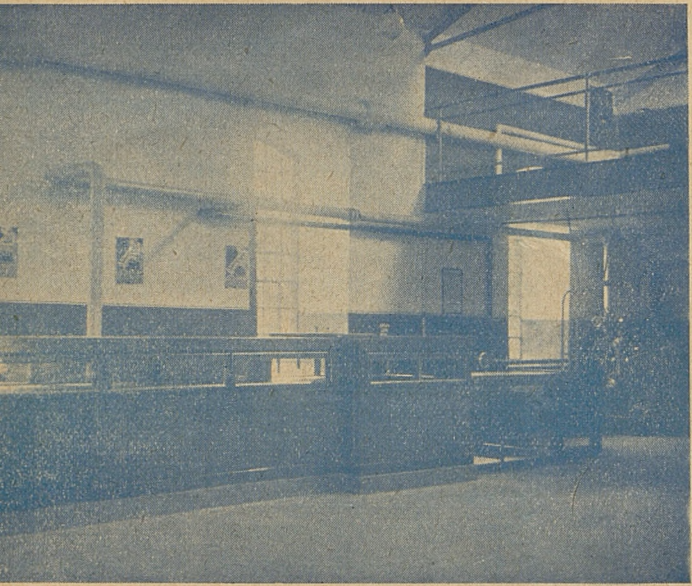
Nowe Zakłady rozpoczną pracę w sezonie 1938.

B. Binder

Bierzmy nasze sprawy w nasze ręce! Nie zanośmy naszych ciężko zapracowanych zarobków, naszej siły zakupu przedsiębiorstwom prywatnym, które opierają się na egoistycznej zasadzie zysku i wyzysku. Stwórzmy własne placówki rozdzielcze i wytwórcze, oparte na zasadach pomocy wzajemnej i mające jedynie na celu jak najlepsze zaspokajanie potrzeb ludzkich, a więc dobro powszechne.

Dr. M. Orsetti

Pasta i zaprawa do podłóg



Komora chłodnicza w wytwórni zaprawy i pasty do podłóg

Spośród wielu artykułów chemicznych domowego użytku, które weszły w użycie na początku bieżącego stulecia, najszybsze rozpowszechnienie zyskały pasty i zaprawy do podłóg.

Dawniej do czyszczenia i konserwowania podłóg używano przeważnie albo samego wosku, albo wosku z terpentyną. Ile pożarów wznieciły takie domowym sposobem przyrządzane zaprawy i ile strat wyrządziły, trudno zliczyć.

Używanie do nacierania podłóg tego rodzaju past wymagało dla wydobycia połysku wielkiego wysiłku, przy czym mogło być zastosowane jedynie do podłóg o zupełnie gładkiej powierzchni. Poza tym pasty te były tylko bezbarwne, nie odświeżające wytartych miejsc na podłogach malowanych.

Produkowane obecnie zaprawy i pasty do podłóg przyjęły się powszechnie dzięki swym stosunkowo niskim cenom oraz łatwemu sposobowi ich użycia oraz cennej bardzo własności kolorowania.

Najpraktyczniejsze są zaprawy o średniej gęstości, gdyż najłatwiej dają się rozcierać i froterują podłogę.

Do produkcji past i zapraw używa się wosku, terpentyny rafinowanej oraz nieszkodliwych silnie skoncentrowanych barwników.

Wszystkie te surowce są gotowane aż do otrzymania zawiesistej, lecz zupełnie jednolitej cieczy, która z kotłów jest odprowadzana specjalnymi przewodami do automatycznej rozlewaczki, napełniającej pudełka ustawione na ruchomym metalowym pasie. Pas ten przesuwa nalane zaprawą pudełka przez całą długość komory chłodniczej, w której zaprawa krzepnie, po czym dopiero pudełka są zamykane wieczkami.

Składniki zapraw i past do podłóg są bardzo wrażliwe na ciepło, przy czym pasta, która się rozpuściła pod wpływem gorąca, po ochłodzeniu nie ma już poprzedniego wyglądu. Dlatego też w zależności od pory roku stosowane są

Olbrzymią siłę wytwórczą pracy ludzkiej dzisiejszej należy uczynić własnością wszystkich ku pożytkowi ogólnemu; usunąć to, co uzbraja jednego przeciw drugiemu: wolną konkurencję, to znaczy usunąć wytwarzanie na zbyt, na zysk, wprowadzając natomiast produkcję według potrzeb.

Józef Beck

zmiany recepty wyrobu, mające na celu możliwie największe uodpornienie produktu.

Z uwagi na te właściwości pasty trzeba tak obliczać zamówienia, żeby przed nadejściem lata można było wyprzedać zapasy pasty zimowej.

Rozróżniamy dwa rodzaje past do podłóg: niebarwiącą i barwiącą (zaprawę).

Zaprawa, czyli pasta barwiąca („Społem“ w pudełkach niebieskich) zawiera w sobie trwałe, silnie skoncentrowane barwniki, które nadają podłodze żądany kolor: mahoń, orzech ciemny lub jasny.

Należy jej przeto używać do nacierania podłóg niemalowanych, surowych lub malowanych lecz zniszczonych.

Niebarwiąca pasta do podłóg, w przeciwieństwie do zaprawy, nie zawiera tak zwanych farb kryjących, przeznaczona jest bowiem tylko do froterowania posadzek dębowych, odświeżania malowanych podłóg, do nacierania linoleum i posadzek ksylolitowych

Pasta „Społem“ do podłóg wyrabiana jest w kolorach: mahoń, orzech ciemny, orzech jasny i bezbarwna.

Dla odróżnienia od zaprawy pasta do podłóg „Społem“ sprzedawana jest w pudełkach koloru czerwonego.

Przy sprzedaży trzeba objaśniać kupujących, iż froterowanie podłóg pastą czy zaprawą tylko wtedy będzie ekonomiczne i skuteczne, gdy podłoga będzie nacierana cienka i równomiernie. Powlekanie bowiem powierzchni warstwą grubszą ponad potrzebę powoduje powstawanie tłustych plam i bardzo utrudnia wywołanie połysku.

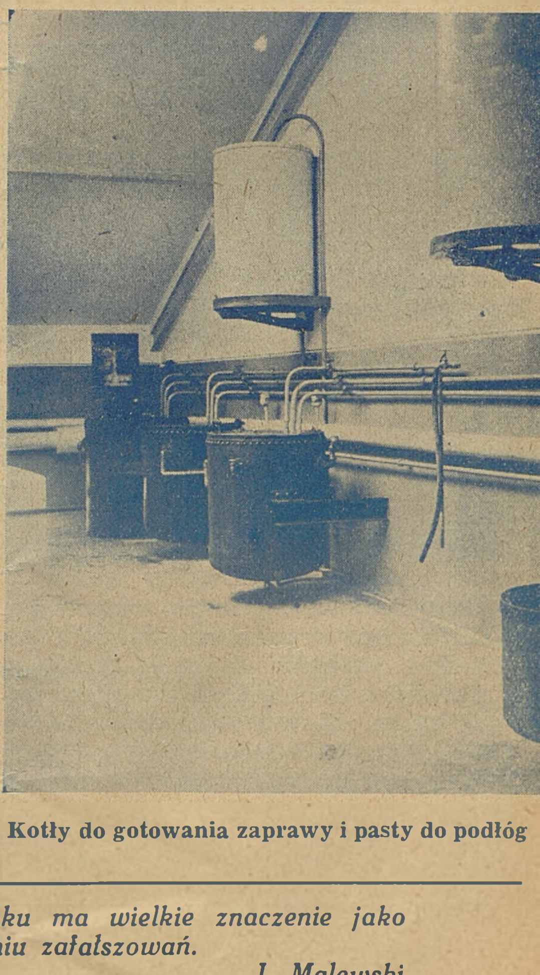
Na zafroterowanie 1 m^2 posadzki lub podłogi malowanej (również na linoleum i posadzkę ksylolitową) wystarczy około 8 gramów pasty, a na 1 m^2 podłogi niemalowanej lecz stale nacieranej zaprawą dość będzie 10 gr. pasty barwiącej, czyli zaprawy.

Do natarcia podłogi sosnowej zupełnie surowej zużywa się na 1 m^2 około 14 gr. zaprawy.

Po natarciu podłoga powinna przeschnąć (najlepiej przy otwartych oknach) najmniej 1/2 godziny, po czym dopiero trzeba ją dla otrzymania połysku przetrzeć suknem lub szczotką.

Jedno zafroterowanie pastą lub zaprawą w zupełności powinno wystarczyć na tydzień, z tym, że w międzyczasie połysk będzie odświeżany przez nacieranie podłogi samym suknem lub szczotką.

Stosowanie zapraw i past w naszych domach ma bardzo duże znaczenie, gdyż:



Kotły do gotowania zaprawy i pasty do podłóg

Systematyczne kontrolowanie rynku ma wielkie znaczenie jako środek zmierzający ku zmniejszeniu załałszowań.

J. Malewski

1) zapobiega zawilgoceniu mieszkań,
2) konserwuje podłogi drewniane,
3) podnosi higienę mieszkań,

podczas, gdy mycie podłóg powoduje ich butwienie i gnicie, sprzyja wilgoci, wskutek czego powietrze w mieszkaniu staje się duszne i ciężkie.

Pasty i zaprawy wyprodukowane z surowców pośledniego gatunku trudne są na oko do odróżnienia od dobrych. Dokładne stwierdzenie różnicy jakości porównywanych zapraw możliwe jest drogą analizy laboratoryjnej przy równoczesnych przeprowadzeniu prób praktycznych. Do gorszych zapraw używana jest zwykle niedostatecznie rafinowana terpentyna, wydzielająca silny i przykry zapach przy nacieraniu.

Na zakończenie dodać należy, iż pasta i zaprawa do podłóg z uwagi na zawartość terpentyny nie może być stawiana w pobliżu ognia i że należy ją przechowywać w miejscu chłodnym, nie wystawionym na działanie promieni słonecznych.

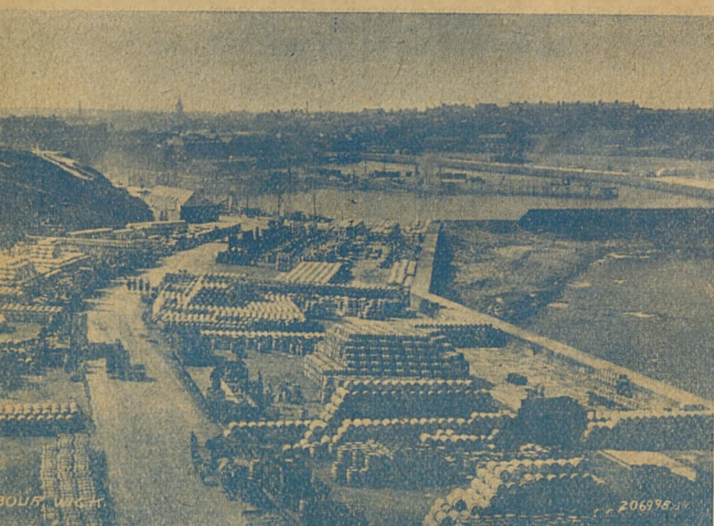
Ze względu na lotność terpentyny zaprawa powinna być szczelnie zamknięta.

Do urządzania wystaw sklepowych w oknie zaprawa może być używana tylko w porze zimowej.

M. Kubara

WSKAZÓWKI TOWAROZNAWCZE

Propagujmy spożycie śledzi



Widok na port Wick, jeden z ważniejszych ośrodków przemysłu śledziołówczego w Szkocji

Sklep spółdzielczy ma za zadanie nie tylko zaopatrywać spożywców we wszelkie artykuły pierwszej potrzeby, ale również oddziaływać na nich wychowawczo. Dlatego sprzedawca spółdzielczy winien interesować się życiem codziennym spożywcy, jego warunkami bytu, oraz wskazywać i polecać te artykuły, które mogą mu życie ułatwić i ulepszyć.

Sprawa taniego a racjonalnego odżywiania się ma dla każdej gospodyni znaczenie pierwszorzędne. Nie wszyscy jednakże wiedzą, że jest szereg produktów tanich, nader wartościowych, a nie docenionych.

Do takich należą wszystkie ryby morskie, a wśród nich zasługują na szczególną uwagę **śledzie**, dzięki taniości, dużej wartości odżywczej i moż-

Fabryka w połączeniu z hurtownią staje się coraz bardziej charakterystyczną formą produkcji społecznej.

H. Müller

ności przyrządzania z nich różnorodnych, bardzo smacznych potraw.

1 kg śledzi solonych powinien kosztować w detalu zależnie od gatunku 35 — 70 groszy, a więc znacznie mniej, niż ryby słodkowodne czy mięso. Najważniejszym jednakże czynnikiem, decydującym o konieczności propagowania większego spożycia śledzi, jest ich wysoka wartość odżywcza. Poniżej umieszczona tabelka wskazuje nam procent białka i tłuszczu, tych najważniejszych dla organizmu ludzkiego składników w mięsie cielęcym, wołowym, wieprzowym oraz w śledziach.

	Białko	Tłuszcze
Mięso cielęce	21,66%	3,06%
„ wołowe	21,14%	6,17%
„ wieprz.	14,51%	26,86%
Śledzie	23,40%	17,— do 30%

Z powyższego jasno wynika, że śledzie już pod względem ilości bałka i tłuszczu znacznie przewyższają inne pokarmy. Ale nie koniec na tym. Śledzie zawierają jeszcze może ważniejsze składniki, których naprózno szukalibyśmy w mięsie zwierząt. Są to mianowicie witaminy „D", niezbędne dla prawidłowego rozwoju kości, oraz sole jodu i fosforu, ogromnie potrzebne dla fizjologicznych procesów organizmu ludzkiego. Należy jeszcze wziąć pod uwagę, że mięso ryb w ogóle jest znacznie łatwiej i szybciej trawione i przyswajane przez organizm ludzki, aniżeli mięso zwierzęce.

Za granicą zrozumiano i uznano to już dawno. W państwach zachodnich i w Anglii śledzie stanowią nieodzowny codzienny pokarm, zwłaszcza wieczorem. Przyrządzane są w najrozmaitszy sposób i służą zarówno jako pokarm samoistny, jak również jako przystawki w postaci zakąsek, sałatek itp. I u nas w Polsce daje się ostatnio zauważyć



Czyszczenie śledzi przez szkockie dziewczęta

nieco większe zrozumienie znaczenia spożycia ryb morskich. Świadomość, że ryby morskie w ogóle, a śledzie w szczególności są obok jarzyn i owoców najzdrowszym pokarmem i stanowią niewyczerpane naturalne źródło substancji niezbędnych dla organizmu, wzmacniających nerwy i współdziałających w odbudowie jego komórek, przenika do coraz szerszych warstw społeczeństwa.

A przecież dla członków spółdzielni spożywców, rekrutujących się przeważnie z warstw niezamożnych, kwestia szerszego zastosowania tak taniego i pożywnego pokarmu ma duże znaczenie. Musimy pamiętać, że zwiększenie spożycia ryb morskich przyczyni się niewątpliwie do wybitnego poprawienia stanu zdrowotności najszerszych warstw pracujących.

Dlatego dobrze prowadzony sklep spółdzielczy musi posiadać na składzie najbardziej popularną morską rybę, tj. śledzie. Zadanie ma ułatwione, gdyż zarówno co do ceny jak i jakości towaru ma możność zaopatrzenia się najkorzystniej we własnej hurtowni. Zwią-

---

Rozumne wypełnianie zadania wydatkowania pieniędzy jest nie mniej ważne dla dobra rodziny, niż praca zarobkowa głowy rodziny. Nie można powiedzieć, która z tych funkcji jest ważniejszą, gdyż obie się uzupełniają tak, jak powiedzmy, klucz uzupełnia zamek, a zamek uzupełnia klucz.

Dr. M. Orsetti

zek „Społem“ uruchomił bowiem przed kilku laty przy swej Ajenturze w Gdyni specjalny dział śledziowy. Gruntowna znajomość tego artykułu oraz fachowa i staranna obsługa spółdzielni zmierzają do zaopatrzenia sklepów spółdzielczych w towar pełnowartościowy i odpowiadający upodobaniom spożywców.

Przypomnijmy, że Ajentura Związku „Społem“ w Gdyni importuje śledzie już to wprost z za granicy: z Anglii, Szkocji, Norwegii, Isladii, Holandii czy Szwecji, już to zakupuje je bezpośrednio w krajowych towarzystwach śledziołówczych. Duży procent zakupów za granicą uskuteczniany jest za pośrednictwem hurtowni spółdzielczych odnośnych krajów.

W najbliższym numerze „Sprzedawcy Spółdzielczego“ zapoznamy czytelników z poszczególnymi gatunkami śledzi, sposobami spożycia oraz warunkami, w jakich należy je przechowywać. Tymczasem rzucamy hasło: **„Propagujmy spożycie śledzi“.** **A. B.**

Konserwowanie czekolady

Czekolada zawiera różne tłuszcze roślinne i wskutek tego nie nadaje się do zbyt długiego przechowywania. Przy należytej konserwacji zachowuje świeżość nawet i kilka miesięcy, jednak przechowywana w cieple i wilgoci szybko się psuje, — mięknie, gorzknieje i jełczeje.

Czekoladę trzeba chronić przed działaniem promieni słonecznych oraz przed zbyt wysoką lub zmienną temperaturą.

Latem w czasie upałów lub gdy trzyma się czekoladę w zbyt ciepłym miejscu, osiada czasem na niej, i to nawet na zupełnie świeżej, biały nalot. Nie można tego uważać za oznakę psucia się czekolady, gdyż nalot ten spowodowany został wystąpieniem na wierzch masła kakaowego, jednakże traci ona na wyglądzie i staje się nieapetyczna.

Czekoladę w tabliczkach trzeba trzymać na wyłożonych papierem półkach lub w oszklonych szafach czy gablotkach; mniejsze czekoladki — w pudełkach tekturowych bądź w szklanych słojach.

Rozumie się, że czekoladę trzeba przechowywać zdala od towarów o ostrym zapachu, jak np. korzenie, gdyż wchłania ona bardzo łatwo obce zapachy.

Ogórki

Ogórki kwaszone w beczkach trzeba trzymać w umiarkowanym, suchym, chłodnym, ale zabezpieczonym od mrozu pomieszczeniu, najlepiej w piwnicy.

W ciepłym miejscu ogórki przeważnie robią się bardzo kwaśne, a w pomieszczeniu niezabezpieczonym od mrozu — marzną i stają się niesmaczne.

Do sprzedaży w sklepie trzeba brać z beczek niewielką ilość ogórków. Trzymać je można w drewnianym, szklanym albo porcelanowym naczyniu. W żadnym razie nie należy kwaszonych ogórków trzymać w metalowych, niepobielanych naczyniach, gdyż pod wpływem kwasu tworzą się trujące połączenia z metalem.

Również nie należy trzymać kwaszonych ogórków w glinianych, polewanych naczyniach, bo gdy garnek jest źle wypalony, albo polewa ma w sobie za dużo ołowiu, to ołów w ciągu dłuższego czasu może przechodzić w ogórki i zatruwać je.

W emaliowanych naczyniach można trzymać ogórki tylko wtedy, gdy emalia jest cała, nie potrzaskana.

Sytuacja nasza nie przedstawia się w różowych kolorach. Dokoła nas szarzyzna; siniejemy w dławiącym uścisku kryzysu, zalewa nas czerwona fala przewrotu, grozi żółte niebezpieczeństwo, ogarnia czarna rozpacz. Pozostaje nam tylko zielona nadzieja. (Świat „bajecznie kolorowy“)

GŁOSY CZYTELNIKÓW

Jak kredyt złamał Janka Słabego

Janek Słaby obejmując stanowisko sklepowego w Spółdzielni „Przyszłość" w Grandach Wielkich, przy podpisywaniu umowy przeczytał ją bardzo uważnie i z radością zauważył, że sprzedaż w sklepie odbywać się może tylko za gotówkę. Myśli sobie: „No, chwała Bogu, przynajmniej z kredytami to już będzie spokój". — Pamięta żywo jeszcze, że poprzednią posadę stracił przez kredyty, a ponadto musiał zapłacić ponad dwieście złotych manka

Pełen dobrych nadziei rozpoczął pracę. Nowy sklep, położony w dość dobrym punkcie, choć trochę brudny i zaniedbany, nie zraził mojego dzielnego kolegi; zakasał rękawy, uporządkował towary, brakujące zamówił, osobiście dopilnował mycia okien, odkurzania, słowem jak nowa miotła wszędzie zajrzał, wszystkiego się dotknął. W sklepie jakoś zrobiło się jaśniej.

Tak upłynął tydzień; pobieżnie obliczył sobie, że jeśli tak dalej pójdzie, to zarobi nie mniej niż na poprzedniej posadzie. W ciągu tego tygodnia usłyszał nawet, jak p. Kredytowska mówiła do p. Szukalskiej: „O, to jakiś pracowity chłopak, jakie to porządki porobił — i uprzejmy, uśmiechnięty, grzeczny".

Upłynęło jeszcze parę dni, gdy kiedyś westchnąwszy głęboko p. Kredytowska poprosiła grzecznie sklepowego o maleńki kredyt — tylko do 1-go. Strapił się biedaczysko; akurat było kilka klientek w sklepie. Nie dać — obrazi się — przecież ona tak solidnie wygląda i pierwsza go pochwaliła, sam to słyszał. Oponuje słabo: „Właściwie proszę pani, jabym chętnie, ale władze nie pozwalają". Na to pani Kredytowska— „O, proszę pana, myśmy tu wszystkie kupowały na kredyt, bo to dzisiaj tak ciężko koniec z końcem związać, pan rozumie: dzieci, szkoła"... — I uległ, choć zapewniał samego siebie, że to tylko jednorazowo.

Tego samego dnia także o trochę kredytu poprosiła p. Szukalska. Tu już gorsza sprawa, bo właśnie p. Szukalski jest członkiem komitetu sklepowego. Gotowa się poskarżyć mężowi!

I tak codzień ktoś nowy prosił, inny się domagał, jeszcze inny wprost żądał.

Minął miesiąc. Prawie wszyscy pooddawali, tylko dwom osobom trochę brakowało, ale niewiele: kilkanaście złotych. Następnego miesiąca Janek udzielał kredytu w kilka dni po pierwszym, w trzecim miesiącu tuż po zapłaceniu rachunku.

Nadszedł remanent kwartalny. Nie wszyscy pospłacali długi. Żeby się ratować, coś trzeba robić. Janek miał sto złotych gotówki, bo marzył o rowerze, jeszcze sto pięćdziesiąt pożyczył od brata, założył za dłużników. Remanent zrobiono. Ano, owszem, wyliczył się, manka nie przekroczył — odetchnął. Założone sumy udało się wycofać. Pracował uczciwie, chwalił artykuły z marką „Społem", zjednał nawet kilku nowych członków, słowem udał się sklepowy.

Ale władze są przemyślne. Pan prezes zarządził remanent niespodziewany. Biedny mój Janek prosił o odłożenie remanentu do pierwszego, bo mu klienci są trochę winni. Pan prezes był niewzruszony, oburzył się nawet: „Jakto, kto panu jest winien? my o tym słyszeć nie chcemy. Pan wie, że kredytować nie wolno." Remanent zrobiono: brak 490 złotych.

Biedny mój kolega stracił kaucję i posadę, siedzi znów bez pracy

Pewna kobieta powierzając drugiej ważną tajemnicę, na zakończenie dodała:

— Ale proszę was, milczcie o tym, by się nikt nie dowiedział.

— Bądźcie spokojni, będę milczała, tak jak wy.

u brata, co 1-go i 15-go chodzi do pań Kredytowskich, Szukalskich i innych. Tu dostanie złotego, tam dwa złote, tu przyrzeczenie, że 15-go, i zbiera długi — z kilkoma dłużnikami poszedł nawet do sądu. Zaoszczędzone 100 złotych zamiast na wymarzony rower poszły na sprawy sądowe. Złamany, zgnębiony, przysięga sobie, że już nigdy nie da nikomu na kredyt. Teraz tylko głowi się, jak odebrać swoje 500 złotych na kaucję, bo bez tego nowej posady nie otrzyma. Ale czy zbierze?...

A. Łabaj

„Ten artykuł nie pójdzie"

Często otrzymujemy do sklepu jakiś nowy towar, który nie przypadł do gustu sprzedawcy. Słyszy się wówczas nieraz: „Co też tam znowu nasprowadzali. Ten towar na pewno nie pójdzie". Bo jakże może pójść, gdy sam sprzedawca nie jest nim zachwycony, i wskutek tego niechętnie będzie go polecał. I jaki jest rezultat takich stosunków: towar traktowany po macoszemu leży, z czasem staje się niezdatny do sprzedaży i oczywiście nigdy mocno do asortymentu nie wejdzie.

Kwestia powyższa jest dla nas specjalnie aktualna i bardzo ważna ze względu na stale rozwijającą się naszą własną wytwórczość.

Może na żadnym innym terenie nie przyjęto z taką rezerwą artykułów z marką ‚Społem" jak u nas na Śląsku. — Jest to zresztą wobec umiejętnej podaży i świetnie zorganizowanego aparatu propagandowego wytwórczości prywatnej zupełnie zrozumiałe. Dalszą poważną przeszkodą jest „konserwatyzm" naszych gospodyń. Któraż to z nich nie ma „swojego" od lat wypróbowanego mydła? Aby przekonać naszych członków, trzeba swoistej taktyki, a niejednokrotnie sprytu. Zaraz po zapoczątkowaniu tej akcji w naszej spółdzielni i nadaniu jej dużego rozmachu miałem jedną próbę z członkinią, której nastawienie do artykułów „Społem" było wrogie, a co najmniej krytyczne. Postanowiłem ją przekonać i mówię do niej: „Są różne zdania co do jakości mydła „Społem", opinia pani byłaby dla nas bardzo cenna". Wzięła, jest bardzo zadowolona i odtąd kupuje tylko mydło „Społem".

Stwierdzić trzeba, że prace nasze w tym kierunku dają dobre wyniki. Dziś można już powiedzieć, że coraz więcej mamy konsumentów, którzy żądają wyraźnie artykułów „Społem". Fakt ten jest — moim zdaniem, najmilszą zapłatą dla sprzedawcy — za jego wysiłki.

Nie poprzestawajmy na dotychczasowych wynikach — jeszcze duże, bardzo duże pole do pracy leży przed nami odłogiem. Idźmy uparcie naprzód. Pamiętajmy, że zaprowadzając własne wyroby uprościmy sobie sprzedaż, a spółdzielczości polskiej się wielce zasłużymy.

Mam prawo twierdzić, że artykułów „Społem", nie dających się wprowadzić — nie ma.

Klemens Nowaczyński

Z myślą o kształceniu pracowników spółdzielczych

W roku bieżącym ma być rozpoczęta budowa gmachu, w którym znajdą pomieszczenie: gimnazjum i liceum spółdzielcze, szkoła przysposobienia spółdzielczego dla dorosłej młodzieży i szkoła piekarska. W gmachu tym mieścić się będzie również i bursa dla młodzieży zamiejscowej.

— Jaka kradzież jes na całym świecie dozwolona?
Kradzież dowcipów. Bo to nawet nie jest kradzież, gdyż kradnie się już przeważnie kradzione.

Koszt budowy gmachu wyniesie ponad pół miliona złotych. Dotychczas zebrano już na ten cel blisko połowę potrzebnej kwoty.

Stowarzyszenie Szkoły Spółdzielczej. które sprawą budowy się zajmuje, zwróciło się z apelem do wszystkich spółdzielni, ażeby zechciały przyjść w dziele budowy gmachu z wydatniejszą pomocą

Pracownicy sklepowi w miarę swoich możliwości i wpływów przyczynią się niewątpliwie do realizacji tego wielkiego zamierzenia, nie szczędząc starań i zabiegów, by je propagować i pobudzać miejscowe społeczeństwo do ofiarności na ten cel.

Odpowiedni plakat został do wszystkich spółdzielni rozesłany.

Prosimy o zamieszczenie go na widocznym miejscu.

Książeczka Banku „Społem" jako gwarancja

Książeczka oszczędnościowa Banku „Społem" jest najlepszą gwarancją. Z tytułu swoich odpowiedzialnych funkcji pracownicy składają w spółdzielniach gwarancje. Przepisy prawne zabraniają pracodawcy lokowania kaucji pracowniczych w obrotach przedsiębiorstwa, natomiast nakazują umieszczanie ich w instytucjach finansowych państwowych bądź posiadających gwarancję Państwa.

Przepisy jednakże nie stoją na przeszkodzie w składaniu przez pracowników swoich oszczędności w innych instytucjach finansowych i zabezpieczaniu swojej odpowiedzialnosci za pracę tymi właśnie książeczkami.

Czy zatem nie było by dla pracownika spółdzielczego rzeczą najwłaściwszą gromadzenie swoich oszczędności w Banku „Społem" i udzielanie gwarancji spółdzielni na tych właśnie wkładach. Gwarancja ujęta byłaby w formie zastrzeżenia, że wkładem swym pracownik nie może dysponować bez zgody zatrudniającej go spółdzielni.

W ten sposób rozproszone dzisiaj po różnych instytucjach finansowych oszczędności pracownicze zostałyby zgromadzone w centrali ruchu spółdzielczego spożywców, jaką jest Bank „Społem".

Korzyść i dla pracowników-spółdzielców i dla całego ruchu byłaby oczywista.

Nie należy również zapominać o wyższym oprocentowaniu wkładów w Banku „Społem" w porównaniu z innymi instytucjami finansowymi przyjmującymi wkłady.

Z żałobnej karty

W dniu 26 stycznia b. r. o godzinie 12 w poł. zmarł długoletni pracownik biura Spółdzielczego Stow. Spoż. „Jedność" w Częstochowie, ś. p.

EDWARD RUDNICKI.

Zmarły pozostawił po sobie wspomnienia czynnego i oddanego ruchowi spółdzielczemu pracownika.

Spółdzielnia Spożywców przy Cukrowni w Zbiersku poszukuje kierownika sklepu. Warunki do omówienia.

Spółdzielnia „Bratnia Pomoc" w Koźminku poszukuje sklepowego **do filii w Opatówku.** Pensja 3% od obrotów towarowych i ½% od nawozów szt., mieszkanie, światło, opał. Ogólne wynagrodzenie obliczone według tej zasady wynosi mniej więcej 200 zł miesięcznie. Pożądany kandydat żonaty.

Oferty należy składać pod adresem Oddziału „Społem" w Kaliszu, ul. Mariańska 2, dom własny.

Miej czas przeczytać swoje fachowe pismo spółdzielcze. Zawsze znajdziesz w nim dla siebie coś ciekawego i pożytecznego.

Co mamy do zrobienia

Zainteresować się terminem walnego zgromadzenia spółdzielni względnie zebrania dzielnicowego i współpracować z władzami spółdzielni nad licznym obesłaniem zebrania przez członków.

Nadesłany przez zarząd spółdzielni bilans za 1937 rok wywiesić na widocznym miejscu w sklepie; z bilansem powinien pracownik zapoznać się, aby mógł wyjaśniać członkom wątpliwości i odpowiadać na zapytania w sprawie bilansu.

Przygotować zamówienia na okres zbliżającego się postu; zapewnić sobie zaopatrzenie sklepu w dwa — trzy gatunki śledzi, grzyby suszone, ser, śliwki smażone, marmolady i powidła oraz dżemy.

W spółdzielniach wiejskich i małomiasteczkowych porozumieć się z zarządem co do zaopatrzenia sklepu w nasiona w opakowaniu „Społem", oraz w szpadle, widły, części do pługów, gwoździe itp.

Tam, gdzie są prowadzone nawozy sztuczne — przygotować się do sezonu wiosennego.

JŁ.

Z książek

30 marca r. b. upływa dwunasta rocznica śmierci pioniera spółdzielczości polskiej i założyciela naszego Związku, Romualda Mielczarskiego. Sklepowi powinni zawczasu pomyśleć o sprowadzeniu do spółdzielni książek i broszur, związanych z postacią Mielczarskiego, aby mogli je nabywać ci wszyscy. którzy zapragną uczcić Jego pamięć.

Na pierwszym miejscu wymienić tu należy **Pisma** R. Mielczarskiego w opracowaniu prof. K. Krzeczkowskiego (cena 2 tomów zł 14.—). Zawierają one cały dorobek pisarski oraz życiorys Zmarłego i są jednocześnie wyrazem hołdu dla Jego pamięci oraz chęci utrwalenia metod Jego pracy. Wydanie ozdobne, zawiera 4 fotografie Mielczarskiego z różnych epok jego życia.

Z broszur drobniejszych, mających większe szanse szerokiego rozpowszechnienia wymienić tu należy **Cel i zadania spółdzielni spożywców.** R. Mielczarskiego (wydanie 3-cie, cena 10 gr). Książeczka ta, zapoznając z poglądami i przekonaniami Mielczarskiego, powierza zarazem czytelnikowi wiele pięknych myśli i zapoznaje go z głęboko pojętymi i jasno wyłożonymi celami spółdzielczości.

O Romualdzie Mielczarskim, jego życiu i dziele informują broszury: **St. Thugutta pt. Romuald Mielczarski — spółdzielca, patriota, człowiek** (cena 10 gr) oraz S. Dąbrowskiego **Program spółdzielczy Romualda Mielczarskiego** cena 10 gr).

Oprócz książek Dział Wydawnictw Związku „Społem" posiada portrety R. Mielczarskiego — wykonane techniką litograficzną po 50 gr sztuka i kredolity po 30 gr.

Większe spółdzielnie powinny w rocznicę śmierci ozdobić wystawę popiersiem Mielczarskiego. Odlewy takie można nabyć w Dziale Wydawnictw Związku w cenie 30 zł (białe) i 35 zł (platynowane).

Redaktorzy: Kazimierz Śliwowski i Józef Łaniewski
Redaktor odpowiedzialny: Kazimierz Śliwowski
Wydaje „SPOŁEM" Związek Spółdzielni Spożywców Rzpl. Polskiej Warszawa, Grażyny 13, tel. 4-32-45. Konto w Poczt. Kasie Oszczędn. 81.800 (Bank „Społem")
Wychodzi co miesiąc oprócz wakacji. Prenumerata roczna 1 złoty 50 groszy
Numer pojedynczy 15 groszy. Nakład 2.500 egzemplarzy.

Rob. Spółdz. Pracy Graf. „DRUKUJEMY" W-wa, Tel. 6-01-31

PODRĘCZNA BIBLIOTECZKA SKLEPOWA

Podstawy ideowe i gospodarcze spółdzielczości

ABRAMOWSKI E. Idee społeczne kooperatyzmu
Kooperatywa jako sprawa wyzwolenia ludu pracującego
MIELCZARSKI R. Cel i zadania stowarzyszenia spożywców
RAPACKI M. Program gospodarczy spółdzielni spożywców
M. R. Co to jest spółdzielczość
Położenie spożywcy
JASIŃSKI J. Rola spółdzielczości w rozbudowie gospodarstwa narodowego w Polsce
ENFIELD A. H. Spółdzielczość, jej problemy i możliwości
POISSON E. Rzeczpospolita spółdzielcza
THUGUTT St. Romuald Mielczarski

Praktyka spółdzielcza

MIELCZARSKI R. Rachunkowość spółdzielni spożywców
PODRĘCZNIK DLA SKLEPOWYCH. Praca zbiorowa
KĄCZKOWSKI W. Alfabetyczny poradnik towaroznawstwa
DOMAŃSKI B. Wskazówki techniczno-handlowe
BIBLIOTECZKA TOWAROZNAWCZA „SPOŁEM"
WSKAZÓWKI PRZECHOWYWANIA TOWARÓW
K. HAUBOLD Wystawy sklepów spółdzielczych

Broszury popularne

THUGUTT St. 25 lat w pracy i w walce
POŹNIAK T. i DOBROWOLSKA H. Sterdyń, spółdzielcze miasteczko na Podlasiu
NICHOLSON I. Promień słońca
DĄBROWSKI S. Spółdzielcza Belgia
ZALEWSKI E. Ruch spółdzielczy w Finlandii
T. R. Trzy armie świata pracy
MILEWSKI E. W sprawie samokształcenia
GIDE K. Międzynarodowy Związek Spółdzielczy

Cena biblioteczki bez oprawy 20 zł, w oprawie 30 zł. Zamówienia przyjmuje Dział Wydawnictw „Społem" Związku Spółdzielni Spożywców R. P. Warszawa, skrz. poczt. 38.